

Mark Andrejevic

Entre positivisme du *prime time*
et public averti

Entre positivisme du *prime time* et public averti

Mark Andrejevic, Université de Fairfield, Connecticut (USA)



Aux États-Unis, *Big Brother* n'était pas une émission très intéressante en dépit de sa prétention à un réalisme sans précédent. Elle a attiré un assez grand nombre de téléspectateurs au début, notamment parce qu'elle était portée par le succès monstre de *Survivor* avec lequel elle a coïncidé pendant un petit moment. Cependant, on s'est rendu compte assez rapidement que *Big Brother* était en quelque sorte beaucoup plus « réel » que ses concurrents : le scénario était construit autour de dix personnes vivant dans une maison sans âme, fabriquée sur mesure, qui n'avaient aucun accès aux médias, aucun livre, et pas grand chose à faire tout au long de la journée. On obtenait donc une émission plutôt fastidieuse montrant un groupe de personnes qui s'ennuyaient à mourir. Et pourtant, c'est justement à cause de ce « réalisme » brut - accentué par le fait que pendant la première saison au moins, tous ceux qui avaient accès à Internet pouvaient regarder toutes les scènes en direct filmées par plusieurs caméras placées dans la maison - que l'émission approchait le « type idéal » d'un mode de réalité bien particulier : le documentaire détaillé de la banalité du quotidien. Les producteurs, tout comme le public, ne savaient pas qui gagnerait, en partie parce que c'était aux téléspectateurs que revenait le choix de la décision finale. Néanmoins, les téléspectateurs savent bien qu'il n'y a rien de vraiment réaliste à placer dix inconnus dans une maison qu'ils ne peuvent pas quitter pendant deux mois et à leur demander d'entrer en compétition pour gagner une somme d'argent. La façon dont le public a réagi à cette promesse d'authenticité mise en œuvre par la télé réalité constitue le sujet de ce qui va suivre. J'ai réalisé cette étude à partir du suivi et de l'interview de fans et de critiques de *Big Brother* qui s'étaient pris au jeu au point de participer à des salons de discussions en ligne et au forum officiel de l'émission. On ne sera pas surpris de constater que le public n'a pas été dupe de la promesse d'un ac-

cès direct à la réalité. Au contraire, il a essayé d'appréhender cette promesse de deux manières complémentaires : en mettant au jour les artifices de *Big Brother* (et par ce moyen il critiquait l'émission pour n'avoir pas tenu ses promesses) et en soutenant que l'émission énonce une vérité sur la réalité sociale elle-même, c'est-à-dire, qu'il n'y a rien d'autre que de l'artifice. Analyser la façon dont ces deux approches se complètent et se critiquent à la fois fournit un moyen d'aborder l'apport de la télé réalité comme un genre qui illustre l'insuffisance de la réalité elle-même dès lors qu'elle devient une marchandise.

Entrer dans le réel : le positivisme en prime time

L'une des explications qui revient le plus souvent chez les fans que j'ai interviewés pour interpréter la popularité de *Big Brother*, c'est que cette émission offre une alternative aux stéréotypes des programmes de fiction. Comme quelqu'un me l'a fait remarquer : « ça change de la routine. On ne sait jamais comment une situation va évoluer. » Pour un autre téléspectateur, « ce type d'émission voyeuriste est une évolution naturelle qui résulte d'un manque de créativité dans les émissions de télévision en général. » L'affirmation courante selon laquelle « la vérité est plus étrange que la fiction » - et par conséquent peut-être plus divertissante - montre que les téléspectateurs en avaient apparemment assez des émissions programmées aux heures de grande écoute. Il n'est pas difficile de distinguer dans ces réactions les éléments d'une critique de la culture de masse, abstraite et passive par nature. Il n'y a qu'un pas entre ces sentiments et ceux qu'invoquent les critiques de la société de masse : le divertissement de fiction est aujourd'hui devenu un produit de masse, standardisé, et abrutissant. Le seul moyen d'échapper à cette abstraction artificielle, c'est de revenir au réel : faire appel à des actions et des interactions

Entre positivisme du *prime time* et public averti

Mark Andrejevic

entre des personnes authentiques plutôt qu'entre des fantoches tellement usés qu'ils ne peuvent plus résister au premier examen un peu sérieux.

Dans les réponses au sondage et à l'interview, ce qui est apparu, encore plus fréquemment que l'affirmation selon laquelle la télé réalité est plus naturelle que la fiction, c'est l'idée qu'il s'agit là de bien plus qu'un simple divertissement, dans la mesure où ce genre télévisuel permet de mieux connaître la nature humaine. Comme l'a noté un des téléspectateurs, une émission comme *Big Brother* n'est pas seulement de la « télé réalité », c'est de la « télé anthropologie ». Apparemment, le caractère assez souvent lent et monotone de l'émission, comparé à des *prime time* classiques régulièrement diffusés, soulignait tout simplement sa rigueur scientifique, au moins pour des téléspectateurs qui semblaient penser que si l'émission était éducative elle n'avait aucune raison d'être divertissante. C'est d'ailleurs ce que souligne un message classique sur le site Internet de *Big Brother* : « Je pense que la plupart des gens ratent l'aspect véritablement remarquable de *Big Brother*. Ce n'est pas simplement un divertissement pour le bon peuple. C'est une expérience sociologique, psychologique et anthropologique. »

Toutefois, puisque cette forme particulière d'étude anthropologique était menée au cœur même du rêve américain - dans l'enceinte d'un studio à Los Angeles - les téléspectateurs n'apprenaient pas à connaître des populations éloignées mais à se connaître eux-mêmes.

Du point de vue empirique de ces fans qui ont regardé toute l'émission comme une « expérience sociale », la maison prend par sa nature artificielle les traits d'un laboratoire. Par conséquent, là où certains téléspectateurs soulignent les prémisses artificielles du programme, d'autres acceptent ce manque de naturel lui-même comme la condition structurelle nécessaire à la conduite d'une étude « scientifique » sur

les interactions humaines. Couper totalement les participants du monde extérieur, contrôler tous les aspects de leur vie jusqu'à la quantité de nourriture à laquelle ils ont droit et les tâches qu'ils doivent réaliser, cela crée une situation dans laquelle les producteurs sont des assistants de laboratoire et les téléspectateurs deviennent des étudiants désintéressés (voire parfois indifférents) de la nature humaine. Les participants sélectionnés sont bien sûr les souris de labo. Comme l'a souligné un téléspectateur : « l'emprisonnement, allié à cette façon de faire naître des relations humaines authentiques (jusqu'à un certain point) dans une situation artificielle, est la clé » du caractère anthropologique de l'émission. D'autres messages ont pu comparer la maison à un laboratoire et les caméras à des microscopes qui permettaient d'observer minute par minute l'évolution des interactions humaines.



Big Brother 1 - USA

lonté qu'avait tel participant « d'être » lui-même ou elle-même plutôt que d'essayer de jouer un rôle afin de manipuler aussi bien le public que les autres concurrents. Il est significatif que celui qui finit par l'emporter, Eddie de Long Island, était le personnage à qui l'on adressait le plus de compliments allant dans ce sens. Les téléspectateurs se plaignaient car il était souvent grossier envers les autres, il ne participait pas beaucoup au ménage, et il passait la plupart de son temps à dormir ; mais ce qui rattrapait tous ces défauts, c'est que lui, au moins, il était « réel ». Selon un téléspectateur : « Eddie devrait gagner, c'est le seul dans la maison qui est prêt à

Si l'on reprend la métaphore du microscope, c'est le caractère exhaustif et envahissant de la surveillance 24 heures sur 24 qui, pour les fans « positivistes », représente la garantie de la réalité authentique. Et c'est donc le regard du téléspectateur qui sert de test décisif pour savoir si les personnages agissent en étant « réels » ou non. Dans ce contexte, la définition la plus courante du « réel » correspondait à la vo-

spécial BIG BROTHER

médiamorphoses

75

Mark Andrejevic

Entre positivisme du *prime time*
et public averti

être assez honnête pour jouer le jeu selon les règles, il n'est pas inquiet et n'a pas peur de ce que les autres de la maison pensent de lui, il est toujours fidèle à lui-même et à ses propres valeurs... Seul Eddie est «vrai»¹.

Pour les téléspectateurs, l'authenticité était garantie par leur propre omniscience, puisqu'ils avaient la possibilité de regarder *Big Brother* 24 heures sur 24 en direct grâce à Internet. Du point de vue de l'authenticité, être pris en flagrant délit de double jeu - montrer l'une de ses facettes aux participants et une autre aux producteurs (ou au public) - ou être en train de trahir ses colocataires derrière leur dos étaient les deux péchés les plus graves qu'un participant pouvait commettre. Presque aussi grave était le refus « d'entrer dans le réel », en dissimulant volontairement sa pensée ou ses sentiments afin de contrôler son image médiatique.

Rester dans le réel

Il semble que le public ait pris très au sérieux son rôle consistant, au moment de décider lequel devait être banni de l'émission, à imposer un « réel », puisqu'ils choisissaient d'éliminer les participants qui n'avaient pas été « réels » lorsqu'ils avaient es-

sayé de contrôler leur image ou de manipuler les autres. Ceux qui étaient estimés jouer un double jeu à cause de la manière dont ils essayaient de manipuler leurs colocataires ou le public, ceux-là étaient les premiers à être sanctionnés par le vote. L'exemple le plus évident est celui de Jamie, une beauté de l'État de Washington âgée de 27 ans. Dès le début, les téléspectateurs en ligne reprochèrent à Jamie d'être trop attachée à son image. Ils se moquaient d'elle car elle était toujours parfaitement maquillée pour paraître devant les caméras, et ils l'accusaient fréquemment de ne pas dire franchement à ses congénères ce qu'elle pensait et ressentait. Une opinion qui revenait souvent dans les salons de discussions et les forums, c'est que puisque Jamie « refusait tout net de parler » elle devrait être éliminée de la maison et rem-

placée. Selon les téléspectateurs, en refusant d'être honnête, Jamie ne respectait pas l'esprit du jeu. Comme l'a indiqué un internaute sur la page Internet de *Big Brother*: « Je pense que Jamie est celle qui mérite le moins de gagner la récompense finale parce que visiblement ça lui pose un problème de dire ce qu'elle pense » (*ibid.*).

La popularité de Jamie prit un vrai tournant lorsqu'elle prit la décision qui confirma pour beaucoup de téléspectateurs qu'elle se servait de l'émission. Au début de la saison, Jamie avoua à ses colocataires qu'elle voulait devenir actrice, confession qui lui valut le surnom de « Hollywood » et incita les producteurs de l'émission à lui offrir dans la semaine une « récompense » en rapport avec le monde du spectacle :



Le triomphe de Eddie

une courte interview avec un important directeur de casting d'Hollywood. La perfidie, c'est qu'elle devait choisir entre cette rencontre ou un court entretien avec sa mère dans la « chambre rouge »ⁱⁱⁱ. Sa décision de laisser sa mère attendre (la larme à l'œil) dans les coulisses, et de rencontrer à la place le directeur de casting d'Hollywood fit naître une vague de critiques sur le forum de discussion.

En substance, on lui reprochait d'avoir dévoilé son vrai visage : elle était dans la maison de *Big Brother* pour pouvoir faire démarrer sa carrière d'actrice, ce qui compromettait sa capacité à être « réelle ». En d'autres termes, Jamie devenait aussi faux-jeton que ces acteurs dont l'absence, précisément, était un des éléments garantissant qu'on était bien dans le réel, selon le contrat établi lors du tout premier épisode de l'émission (« pas d'acteurs professionnels, pas de scripts, pas de deuxième prise de vue »). La réaction courante dans les salons de discussion est bien illustrée par un téléspectateur qui observe : « Elle n'a pas choisi de parler à sa maman lorsque celle-ci était là, au contraire, elle était assez avide de succès pour choisir de parler à l'agent ; elle avait le choix ; comment croyez-vous qu'elle se sent, la maman ? Le masque tombe. »

Entre positivisme du *prime time* et public averti

Mark Andrejevic

Le sentiment qui revenait souvent, c'est que Jamie avait jeté le masque (consistant à dire qu'elle participait «pour l'expérience») pour se montrer sous son vrai visage, montrant du même coup sa fausseté. Comme le soulignait un autre message, « Jamie se cache derrière un masque, elle est ici dans son propre intérêt. Tous ses beaux discours sur «l'intimité comme en famille» ne sont que des mensonges. Si sa manière de traiter sa mère ressemble même de loin à ce qu'elle appelle la «Famille» dans la maison, alors ils sont tous très mal barrés ! » (*ibid.*). Ces accusations reproduisaient l'attitude paradoxale envers la réalité exprimée dans les salons de discussion : une fois que Jamie avait décidé de sacrifier son intimité pour devenir une célébrité dans la « réalité », elle aurait dû se comporter comme si elle n'était pas le moins du monde intéressée par la célébrité. En agissant de la sorte, elle se serait certainement distinguée du reste des acteurs professionnels de Los Angeles. Mais Jamie avait aussi ses supporters, qui affirmaient que si elle avait été leur fille, ils auraient voulu qu'elle profite de l'occasion - après tout, la célébrité est l'un des avantages de la « télé réalité ». Pourtant la chance avait tourné et Jamie fut éliminée de l'émission la semaine suivante.



Jamie

Le réalisme et l'esprit de jugeote postmoderne

Les téléspectateurs qui essayaient de faire en sorte que les participants restent honnêtes en éliminant les concurrents manipulateurs adoptaient apparemment la définition de la réalité mise en avant par les producteurs : « réalité » signifie que les gens ne jouent pas un rôle. Le but était de purifier l'interaction en la débarrassant de tout artifice. Dans ce contexte, être réel signifiait dénier l'artifice très palpable de l'émission : les caméras, les défis inventés de toutes pièces, le dispositif de laboratoire, et surtout le fait que les personnes sélectionnées s'étaient lancées dans

une course à la célébrité. L'authenticité, assez curieusement, revenait à se comporter comme si rien de ce qui se déroulait ne sortait de l'ordinaire.

Cependant, tous les téléspectateurs ne gobèrent pas si naïvement la promesse que les caméras permettaient d'avoir accès à la réalité. Les supporters de Jamie, et de quelques-uns des concurrents éliminés assez vite pour avoir essayé de provoquer des tensions dans ce lieu clos, firent souvent remarquer que l'émission n'était après tout qu'un jeu et qu'il n'était donc pas déraisonnable d'attendre des concurrents qu'ils imaginent des stratégies pour remporter le grand prix. Être « réel » était peut-être une de ces stratégies, mais il fallait la reconnaître comme telle. Selon cette interpréta-

tion, la réalité de l'émission résidait dans le fait que c'était juste un jeu où l'authenticité était en fait une ruse pour gagner de l'argent. Reconnaître cela, c'était se permettre, en bonne pragmatique, d'user de n'importe quelle stratégie pourvu qu'elle soit la plus efficace possible. Ainsi, lorsqu'une rumeur circula au sujet d'un concurrent et de sa femme qui avaient un plan secret pour remporter le jackpot, ses

supporters le défendirent en disant que ce serait idiot de ne pas être stratégique : « C'est un jeu. Faut gagner. Impossible de ramener 500 000 dollars à la maison sans lever le petit doigt. Faut avoir un plan. C'est quoi le problème ? ». Cette sorte de réalisme mâtiné de jugeote était en parfait accord avec une vision de l'émission dépourvue de tout sentimentalisme : ce n'était là, après tout, qu'une forme de divertissement puisant sa tension dramatique dans la concurrence entre les participants.

Cette prise de conscience avisée permit à certains téléspectateurs de s'interroger peu à peu sur leur propre rôle, de se voir, à travers l'objectif des producteurs, comme des consommateurs qui avaient besoin d'être divertis, qui réclamaient du spectacle et des conflits, du sexe et de la vio-

spécial BIG BROTHER**médiamorphoses**

77

Mark AndrejevicEntre positivisme du *prime time*
et public averti

lence, afin de participer à la création d'une émission à succès. Le résultat troublant, c'est qu'en faisant preuve de jugeote, ces téléspectateurs furent amenés à se tenir en aussi piètre estime que celle qu'ils prêtaient aux producteurs. Cette prise de conscience qui leur avait permis de s'identifier aux producteurs les aidait aussi à comprendre la nécessité de manipuler l'émission pour augmenter l'audimat. Par exemple, se référant au premier occupant à avoir été expulsé - un dénommé Will, qui avait admis ouvertement avoir essayé de créer sans arrêt l'événement dans la maison en suscitant des conflits et des tensions entre les participants -, beaucoup de messages ont fait écho au sentiment décrit par un téléspectateur : « Will fait naître le conflit... et c'est quoi, une histoire sans conflit ? Eh bien, c'est pas grand-chose. »

La question reste entière de savoir quelle fascination la télé réalité peut bien exercer sur ces téléspectateurs avisés. La réponse semble être la suivante : puisque, pour continuer à avoir du succès, l'émission ne pouvait pas se passer des stéréotypes de base dont le public a l'habitude, la seule chose à faire était de satisfaire cet esprit de jugeote en montrant comment elle reposait sur ces conventions. Ce qui fut fait en donnant accès au processus de production et en laissant les téléspectateurs les plus futés, et plus particulièrement ceux qui pouvaient regarder l'émission en ligne, voir précisément comment les producteurs fabriquent la « réalité ». Ce passage du téléspectateur « naïf », s'attendant à voir la réalité telle qu'en elle-même, au téléspectateur futé, s'intéressant à la manière dont cette attente est fabriquée de toutes pièces, est parfaitement bien résumée par un des messages sur le forum de Big Brother : « J'ai commencé à regarder ce programme comme une expérience de psychologie/sociologie humaine. Je pensais que ça allait être tout à fait fascinant, et ça l'a été pendant les premières semaines, jusqu'à ce que je commence à comprendre ce que les médias essayaient de me faire. À présent, c'est une expérience sur la manière dont les médias peuvent manipuler le public américain - pas moins fascinante pour autant. »

Comme le constate Gitlin (1988), la logique de la jugeote va dans le sens du conservatisme, qui fait du statu quo la norme dans l'effort même de ne pas en être dupe. Être un réaliste futé, cela signifie qu'on admet comment sont vraiment les choses : c'est sacrifier une illusion de progrès afin

d'éviter d'être pris pour une dupe. Dans le même ordre d'idées, Eagleton (1996) montre, en des termes équivalents à ceux de Gitlin, que le postmodernisme relativiste et pragmatiste - dans sa forme la plus avisée - opère dans un registre fondamentalement conservateur : « La pensée post-moderne de la fin de l'histoire n'envisage pas que notre futur soit très différent du présent, perspective qu'elle considère curieusement comme quelque chose qu'il faut célébrer. » (p.134). Cet argument fait écho à la conception qu'avait Adorno de l'idéologie à l'âge du « capitalisme tardif » dans lequel « la forme dominante du philistinisme [...] ce n'est pas une foi sommaire dans le progrès, mais un cynisme sans nuances dans lequel se complaît l'inaltérable ignominie humaine. » (dans la paraphrase de Jarvis, 1998, p. 66).



Josh

C'est, à mon avis ce que Zizek veut dire lorsqu'il affirme que « la sortie hors de [ce que nous vivons comme l'idéologie] est la forme même de notre soumission à celle-ci. » (1999b, p. 60), et lorsque, sur un ton similaire à celui de Gitlin, il fait référence au second degré ironique dans lequel « fonctionne l'idéologie cynique « postmoderne » » (1997, p. 64). Ceux qui ne sont pas dupes se retrouvent victimes de leur propre esprit de jugeote, comme le démontrent ces téléspectateurs futés qui s'observent de l'intérieur afin de reconnaître leur propre ignominie et leur propension à être manipulés. D'un autre côté, le paradoxe de la réponse « positiviste » tient à qu'elle fait de la capacité à créer de l'artifice le fondement même du réel. « L'irréalité » du principe d'origine sert de fondement donné et indiscuté à partir duquel la réalité doit être créée. En ce sens, l'approche

Entre positivisme du *prime time* et public averti

Mark Andrejevic

positiviste et l'approche postmoderne décrite par Gitlin se recourent. L'esprit de jugeote postmoderne identifie la « vérité » de ce positivisme en reconnaissant les fondements artificiels de la réalité sans pour autant - et cela est crucial dans l'explication de Gitlin comme dans celle d'Eagleton - le moins du monde les contester, ou sans admettre leur contingence historique. En d'autres termes, si l'approche « positiviste » des fans qui considèrent l'expérience sociale comme un moyen d'étudier les interactions sociales réelles tente d'éliminer les influences subjectives, elle accepte en même temps que la capacité à créer de l'artifice est un outil nécessaire. L'approche postmoderne arrive à peu près au même résultat en affirmant qu'il n'y a rien d'autre que de l'artifice : aucune des deux ne remet en question le caractère *donné* de l'artifice. Ce recouplement des deux approches peut nous servir à aborder l'affirmation de Jameson dans *Late Marxism* (Le *Marxisme tardif*, 1990) selon laquelle « [...] ce qu'Adorno appelle positivisme correspond exactement à ce que nous qualifions aujourd'hui de postmodernisme, mais seulement à un niveau plus primitif. Ce changement de terminologie est certes d'une importance capitale : voici une philosophie des sciences du XIX^e siècle républicaine, petite-bourgeoise et guindée qui sort du cocon de sa capsule témoin pour devenir ce halo iridescent qui nimbe la vie quotidienne consumériste dans l'été indien du capitalisme multinational et super étatique » (p. 248).

Dans sa discussion de la « mort » du sujet lorsqu'il passe du positivisme au postmodernisme, Jameson expose habilement la méfiance qui existe à l'égard de l'artifice - à l'égard de la fiction et peut-être, implicitement, de l'art - que j'ai repérée à l'œuvre dans la tentative de contrecarrer l'abstraction par la promesse de la réalité : « Le positivisme devient le postmodernisme lorsqu'il s'est, comme la philosophie selon un plus vieux paradigme, accompli et de cette façon aboli. Adorno insiste sur un aspect de la mission du positivisme, nous en donnant par là une description utile : le positivisme veut abolir le subjectif, en tant que ce qui prend la forme de pensées, d'interprétations et d'opinions (il vise peut-être aussi à abolir la langue qui correspond à ces objets : la langue poétique, émotive et rhétorique). Cela signifie que c'est un nominalisme, et qu'en tant que tel, il veut nous réduire au présent empirique » (p. 248-9).

C'est peut-être là une description adéquate de la promesse positiviste qu'offrent les programmes de télé réalité. Qu'on emprunte la voie de la jugeote astucieuse ou celle du positivisme, on arrive au même résultat : la réalité de l'artifice. L'un des buts que poursuit une interprétation d'une émission de télé réalité comme *Big Brother* pourrait être de souligner l'insuffisance de sa conception de la réalité, qui est révélée par la tension qui existe dans les deux explications de sa promesse. Mettre en évidence cette tension, cela signifie aller plus loin que le simple recouplement des deux explications et observer que le positivisme et le postmodernisme ne sont pas, n'en déplaise à Jameson, deux formes identiques de nominalisme. Le premier tente d'esquiver la médiation en supprimant le subjectif, alors que le second essaie d'éliminer ce qui est médiatisé - en fournissant ainsi paradoxalement un accès immédiat à la médiation elle-même. Chacun fait apparaître (négativement) le caractère inévitable de la dialectique à travers l'incohérence qui en résulte, et la tendance de chacun à aller vers son extrême opposé : le positivisme devient du relativisme postmoderne dans la mesure où l'objet se replie sur l'inconnaissable chose-en-soi en réaction à la tentative du sujet de s'extraire de l'image. De même, le postmodernisme devient du positivisme dans la mesure où il n'offre pas de possibilité d'échapper au caractère irrévocablement donné de la plénitude sans profondeur du réel. Ainsi chacun met en évidence la vérité de la fausseté de l'autre, et par ce moyen peut-être dépasse le choix à faire entre les deux.

Cette dynamique peut être constatée de manière plus concrète en s'intéressant à la manière dont chacune des réactions à l'utilisation faite par *Big Brother* de la promesse de la réalité interagissent entre elles. Ce que j'appelle la réaction positiviste s'attache à tenter d'extraire un peu de réel - la « vérité » des interactions entre les hommes qui sont isolés à l'intérieur du dispositif de laboratoire qu'est la maison de *Big Brother* - de la médiation omniprésente de l'industrie du divertissement, qui continue à falsifier cette vérité pour faire augmenter l'audimat. L'esprit de jugeote postmoderne, au contraire, récupère son petit peu de réel sous les espèces de la « vérité » suivante : il n'y a aucune réalité derrière la façade fabriquée par les producteurs ; la réalité c'est que tout est manipulé. Ce qui est intéressant, c'est que

Mark Andrejevic

Entre positivisme du *prime time*
et public averti

chaque position concrétise le désir d'atteindre une réalité frustrante à force de se dérober. Si la version positiviste se désespère de ce « qu'on pourrait réellement atteindre le réel si seulement on pouvait éliminer l'interférence falsificatrice du sujet et de ses biais », la version postmoderne suggère que « si seulement on pouvait éliminer la fiction persistante de l'objectivité, on serait dans le réel. » En même temps, chaque version met en relief l'incohérence de l'autre : la jugeote postmoderne souligne la vérité sur laquelle le positivisme achoppe, à savoir la réalité de la médiation ; le positivisme, en acceptant de se soumettre à une conception de l'objectivité dont il faut bien convenir qu'elle est imparfaite, souligne la vérité de la médiation, à savoir qu'elle est dépendante de l'objet et sombre dans l'incohérence en son absence.

En d'autres termes, chaque approche souligne l'insuffisance de la conception qu'a l'autre de la réalité - et là même, elle dessine une image négative d'un réel qui ne peut pas être contenu dans de telles conceptions. En même temps, le fait que ce concept n'arrive pas à coïncider avec son objet (la réalité) souligne l'insuffisance de la réalité elle-même comme un donné, ou, pour le dire autrement, cette insuffisance montre la (présence négative d'une) possibilité de quelque chose d'autre que ce qui est simplement donné : l'intimation d'une échappée possible hors de l'alternative positivisme/postmodernisme qui nous bloque. La possibilité de cette échappée peut seulement être figurée de manière négative, par l'insuffisance des versions de la réalité que mettent en œuvre ces deux approches complémentaires. Ainsi, si l'on suit Zizek (1997), il est possible de localiser le réel dans le caractère inévitable de cette insuffisance. S'il n'existait pas de réel - pour parler la vulgate postmoderne la plus rudimentaire - alors cette insuffisance pourrait être dissimulée : elle serait purement contingente et susceptible d'être éradiquée. De manière intéressante, la version que propose Zizek du matérialisme (négatif) suggère que la réalité n'est pas le référent incroyablement élusif de la postmodernité qui s'éloigne à l'infini vers l'horizon (tout comme la « chose-en-soi »), mais qu'elle est précisément cette impasse que le positivisme et le postmodernisme ne peuvent pas éluder, quoi qu'ils fassent. Ainsi, allant contre la suggestion inspirée de Baudrillard qui consiste à dire que la télé réalité met en

acte la réalité des simulacres dans l'ère soi-disant postmoderne, ce livre défend l'idée que des programmes de cette sorte ne mettent pas en scène la dissolution du réel, mais l'inévitable et très réelle insuffisance du concept de réalité sur lequel ils reposent.

Traduit de l'américain par Émilie Verger (DESS Traduction Spécialisée Culture et Médias, Université d'Orléans).

Bibliographie

- Carter, B. (2000, Sept. 4), « «Big Brother» hopes to engineer an exit, then add a face », *The New York Times*, p. E1.
- Eagleton, T. (1996), *The illusions of postmodernism*, Oxford : Blackwell.
- Gitlin, T. (1988), « Blips, bites and savvy talk: Television's impact on American politics », in D. Shimkin, H. Stolerman, and H. O'Connor, H. (Eds.), *State of the art: Issues in contemporary mass communication* (pp. 213-222), New York : St. Martin's Press.
- Jameson, F. (1990), *Late Marxism*, New York : Verso.
- Jarvis, S. (1998), *Adorno : A critical introduction*, New York : Routledge.
- Ross, D. (Executive Producer), (2000, September 29), Big Brother [Television broadcast], Los Angeles, CA : Columbia Broadcasting Service.
- Ross, D. (Executive Producer), (2000, August 18), Big Brother [Television broadcast], Los Angeles, CA : Columbia Broadcasting Service.
- Zizek S. (1999), *The ticklish subject*, London : Verso.
- Zizek, S. (1997), *The plague of fantasies*, London : Verso

Notes

¹ « Eddie is «The Real Thing» » : *The Real Thing* est le titre d'une nouvelle de Henry James (N d T).

² Lieu qui correspond au confessionnal dans l'équivalent français de *Big Brother*, *Loft Story* (N d T).